Imprimer

1995/05/03 Il faut parfaire la francisation dans un contexte de vive concurrence internationale

Il faut parfaire la francisation dans un contexte de vive concurrence internationale

Québec, le 3 mai 1995.-« Quand on a dix lis (mesure de longueur) à parcourir, le point de non-retour se situe au neuvième (proverbe chinois). Si le français a fait de réels progrès ces 25 dernières années, ceux qui restent à faire vont se réaliser dans un contexte de vive concurrence interlinguistique, surtout continentale. Telle semble être une des caractéristiques importantes de l'horizon dans lequel vont s'insérer les efforts de francisation à entreprendre. » C'est ce qu'a déclaré le président du Conseil de la langue française, Pierre-Étienne Laporte, à l'occasion du lancement des « Indicateurs de la langue du travail au Québec, édition 1994 ».

On rappelle, dans l'ouvrage, que la langue du travail est d'abord la langue des communications écrites et verbales entre supérieurs, collègues et subordonnés dans l'environnement immédiat de travail. C'est aussi, dans un deuxième temps, la langue de l'information avec laquelle on travaille et la langue de communication avec l'extérieur.

La mondialisation des échanges et l'essor des technologies de l'information et des communications nous font entrer de plain-pied, comme l'indiquait le Conseil de la langue française dans son avis sur *Les industries de la langue dans la société de l'information*, dans une société de l'information où la plus importante source de plus-value provient désormais de l'exploitation des connaissances. Nous savons que déjà 54 % des travailleurs peuvent être classés dans le secteur défini, par les économistes, comme « informationnel ». Les données du fascicule d'indicateurs sur la langue du travail nous indiquent par ailleurs que ces travailleurs utilisent moins souvent le français (57 %) queles autres (76 %).

Ces deux phénomènes interdépendants créent une tendance à l'uniformisation linguistique et culturelle qui peut être, par ailleurs, contrebalancée par des forces favorisant, quant à elles, le pluralisme linguistique et culturel. Les trois Conseils de la langue française, celui de la Communauté française de Belgique, celui de la République française et celui du Québec, faisaient ce constat lors du Séminaire international *Langue nationale et mondialisation : enjeux et défis pour le français* qui s'est tenu à Québec en octobre dernier, et recommandaient d'agir en faveur du pluralisme linguistique et culturel.

De même, si la langue du marché, particulièrement en Amérique du Nord dans le cadre de l'ALENA, tend à être l'anglais, l'attention portée à la langue du client peut venir rééquilibrer l'usage des langues.

« C'est dans ce contexte que s'insère désormais toute politique linguistique et, pour nous au Québec, toute politique de francisation», a précisé monsieur Laporte. Il nous faudra nous ouvrir au pluralisme linguistique pour mieux servir le client. Un accent plus grand devrait donc être mis sur l'enseignement des langues étrangères et nous devrons aussi mieux exploiter l'extraordinaire portefeuille linguistique du Québec constitué par la variété linguistique des non-francophones. Il nous faudra aussi veiller à ce que l'usage que nous ferons de larges pans de connaissances le soit en français, même si leur accès sera principalement en langue anglaise, puisque près de 80 % des bases d'information mondiales sont en anglais. Le développement d'inforoutes en français et celui d'outils provenant des industries de la langue, c'est-à-dire du traitement informatisé du français, deviennent pour nous une priorité. Ces technologies permettront de gérer le plus possible l'information en français, en développant des outils de traitement automatisé du français et des interfaces linguistiques informatisées avec les autres langues.

2008-00538/

Il faut bien comprendre aussi que la mondialisation devrait accroître le pourcentage de personnes qui réalisent des communications outre-frontières dans la langue du commerce international, soit l'anglais. Toutefois, cette tâche est dévolue à un nombre limité de personnes; c'est dire que si l'usage de l'anglais pénètre à l'intérieur des entreprises, débordant ainsi les fonctions de l'interface internationale et de langue des communications avec les partenaires internationaux, ce phénomène ne proviendra pas que de la mondialisation, mais en bonne partie de la gestion des langues à l'intérieur des entreprises. La langue internationale ne pénètre dans tous les niveaux hiérarchiques et dans tous les départements d'une entreprise que si des personnes de l'intérieur reconstruisent et institutionnalisent cet usage dans les entreprises. En outre, les relations internationales sont une activité prestigieuse, si bien que les personnes qui les réalisent acquièrent une position avantageuse dans leur entreprise. Il est ainsi possible que le statut du français puisse profiter d'une francophonisation de la gestion des relations internationales, champ d'activité où les francophones seraient sous-représentés, tout comme il a profité de la francophonisation de la gestion des entreprises québécoises dans les années 70. La question de la technologie s'inscrit dans la même perspective. Si la technologie peut expliquer, par son rayonnement international, un usage plus marqué de l'anglais dans les milieux scientifiques, et éventuellement l'usage plus fréquent d'une terminologie anglaise à l'intérieur d'une communication en français entre le personnel des ateliers de production, la technologie ne peut à elle seule expliquer qu'un contremaître s'adresse en anglais à ses subordonnés ou que le travail de recherche lui-même se fasse en anglais ou que ses fruits soient diffusés, au Québec, en anglais.

« Ces réflexions, de continuer le président du Conseil, pourraient faire l'objet d'études et de propositions de la part du Conseil de la langue française afin de pouvoir proposer de nouvelles avenues à la politique de francisation. Ces avenues devront permettre d'atteindre notre objectif collectif de faire du français la langue commune du travail de tous les Québécois et tenir compte du nouveau contexte économique qui est le nôtre, celui de la mondialisation des échanges économiques et des communications, et de l'internationalisation de l'aménagement du français. »

-30-

Source : Bruno Giroux Tél.: (418) 643-2956

Renseignements additionnels : Pierre Georgeault Tél.: (418) 644-9141